

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

20 de enero de 2022



HOY ES NOTICIA:

Planas ratifica la voluntad del gobierno para la aplicación efectiva de la nueva ley de la cadena alimentaria

Las claves para aumentar el consumo de aceite de oliva en EEUU

La UJA impartirá en Máster propio en Administración y dirección de empresas oleícolas

Olive Oil Delicatessen Awards 2022. Convocatoria del concurso que premia los mejores productos elaborados con aceite de oliva

FINANCIACIÓN

**SER LOS PRIMEROS
EN APOYARTE**

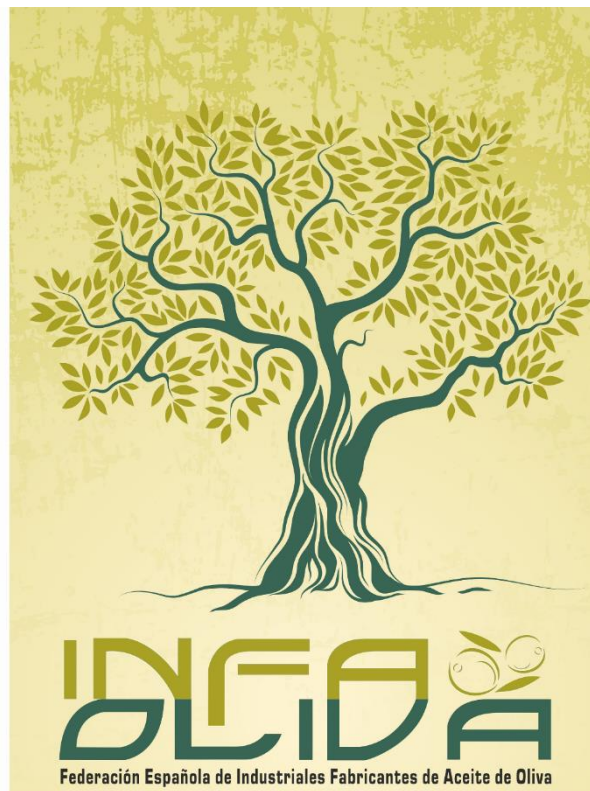
Con soluciones de financiación para impulsar tu explotación



AgroBank

NRI: 3887-2021/09681

Desde **INFAOLIVA JAÉN** pedimos apoyo a todo el sector almazarero industrial para secundar el paro del día **20 de enero**, así como la concentración en las puertas de las almazaras de **10 a 12 h**, para manifestar la protesta por la nueva PAC y los altos costes que está sufriendo el sector.



Planas ratifica la voluntad del gobierno para la aplicación efectiva de la nueva ley de la cadena alimentaria

El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, ha ratificado hoy, en el Consejo Asesor de la Agencia de Información y Control Alimentario (AICA), la voluntad del Gobierno para la aplicación efectiva de la nueva ley de la cadena alimentaria.

Ha detallado las iniciativas que el Ministerio ya ha comenzado y las que se pondrán en marcha en un futuro próximo para reforzar la aplicación efectiva de la ley de la cadena. Entre ellas, el ministro ha señalado que ya se ha iniciado, en la página web del Ministerio, el procedimiento de consulta pública del proyecto de real decreto que va a regular la creación del registro de contratos alimentarios, con el objetivo de que el registro esté plenamente operativo el 1 de enero de 2023, como establece la ley.

Planas ha explicado que el operador que compre a los productores primarios o a sus asociaciones deberá registrar cada contrato y sus posibles modificaciones en este registro, con lo que se consigue dotar de mayor transparencia a las relaciones comerciales y seguridad a los productores primarios.

El ministro Luis Planas ha inaugurado hoy, por videoconferencia, la undécima reunión del Consejo Asesor de la Agencia de Información y Control Alimentarios, el primer consejo tras la entrada en vigor de la modificación de la ley de la cadena que, según ha expresado el ministro, supone un instrumento de gran valor para lograr unas retribuciones más justas para nuestros agricultores y ganaderos, al dotar de mayor equilibrio y transparencia a la cadena agroalimentaria. Según ha subrayado, el propósito de este Gobierno es lograr que esta ley se aplique de manera efectiva.

En su intervención, el ministro ha valorado las principales novedades que introduce la nueva norma, como que el precio que deba percibir el productor primario tenga que ser superior al total de los costes de producción, o la obligación de formalizar los contratos por escrito (salvo algunas excepciones tasadas en la propia norma). Además la ley de la cadena protegerá a los productores españoles en sus relaciones comerciales con operadores nacionales, comunitarios y de países de fuera de la UE.

De igual forma, se aumenta el catálogo de prácticas comerciales desleales y se incluyen nuevas infracciones, endureciendo alguna de las ya previstas. A este respecto, se refuerza el papel de la AICA como la autoridad de control a nivel nacional, que se coordinará con las autoridades de control autonómicas, y con las del resto de Estados miembros, además de ser el punto de contacto con la Comisión Europea.

A este respecto, el ministro ha apuntado el inicio de la consulta pública, en la página web del Ministerio, del proyecto de real decreto por el que se modifica el Estatuto de la AICA y el Real decreto por que se regula el régimen de controles a aplicar por la AICA, para adaptar sus funciones y los controles que realiza a la ley de la cadena.

También ha indicado que el Observatorio de la Cadena Alimentaria seguirá trabajando para mejorar la transparencia y la eficiencia de la cadena alimentaria y ampliará sus funciones, como la elaboración y publicación de índices de precios y de costes de producción. A este respecto, el Ministerio publicará, antes de diciembre de 2022, los criterios sobre los diferentes factores que intervienen en la determinación del coste de producción de los productos agrarios. Según ha recalcado el ministro, con esta publicación y la información proporcionada por el Observatorio, los agentes de la cadena contarán con todas las herramientas necesarias para aplicar de manera efectiva las disposiciones de la ley en materia de costes de producción, en la negociación contractual.

Por otra parte, ha asegurado que se va a proponer un cambio en la ley de Interprofesionales para, por ejemplo, que estos órganos de vertebración sectorial, puedan desempeñar un papel más activo



Una apuesta sectorial por la calidad
DESCUBRE AQUÍ EL PROYECTO



en el funcionamiento de la cadena. Y se va a modificar el real decreto de contratos lácteos, para que en los contratos a precio fijo de larga duración se puedan modificar las condiciones contractuales cuando, durante el período de contratación, se incrementen los costes de producción.

Fuente: [Oleo Xauen](#)

Las claves para aumentar el consumo de aceite de oliva en EEUU

El mercado del aceite de oliva está preparado para un fuerte crecimiento en EEUU debido, en gran parte, a las valiosas lecciones aprendidas durante la pandemia. Y es que las ventas de este producto se dispararon en 2020 un 25%, observándose un aumento en la última década del 43% en la penetración de los hogares.

El elevado precio del aceite de oliva en relación con otras grasas para cocinar siempre ha sido el obstáculo más importante para aumentar el consumo de este producto en EEUU. Sin embargo, en 2020 muchos consumidores superaron esta limitación al conocer sus beneficios saludables. De hecho, la salud es la principal razón por la que los consumidores estadounidenses optan por el aceite de oliva.

La popularidad del aceite de oliva comenzó a crecer en EEUU con los primeros informes sobre la Dieta Mediterránea que se dieron a conocer en la década de los 80. Desde entonces, el aceite de oliva se ha convertido en el producto favorito de la investigación nutricional, con un flujo constante de información en todos los medios de comunicación. Tal y como informó The New York Times en 2016, los estadounidenses reconocen el aceite de oliva como uno de productos alimentarios más saludables.

La salud es la principal razón por la que los consumidores estadounidenses optan por el aceite de oliva

Durante la pandemia, los estadounidenses se vieron obligados a cuidar aún más su propia salud, otorgándole un mayor valor a productos saludables como el aceite de oliva. Aunque los precios se mantuvieron en los mismos niveles, los consumidores adquirieron más aceite de oliva. Mucho más.



bioland
ENERGY

GRUP oleícola jaén

PLANTA DE RECEPCIÓN DE ALPEORUJO - Ctra. Vilches, km 3,5 - LA CAROLINA (JAÉN) - TEL. 953 68 08 15 / 609 775 563

queremos ser
tu orujera...



Para incrementar aún más este consumo, la industria estadounidense necesita repetir esta fórmula y seguir transformando el concepto valor-precio a favor del aceite de oliva. Un buen comienzo sería reforzar la información acerca de sus beneficios saludables, ya que sabemos que la percepción de los consumidores estadounidenses sobre los beneficios del aceite de oliva se limita principalmente a enfermedades cardiovasculares. Al educar a los consumidores acerca de los beneficios potenciales respecto a otras enfermedades crónicas como la diabetes, el Alzheimer y el cáncer, podemos aumentar aún más el impacto del aceite de oliva en relación con otras grasas. Explicar detalladamente los micronutrientes únicos que componen los aceites de oliva (polifenoles o escualeno) supone otra virtud que sitúa a los aceites de oliva por delante del resto de aceites.

Sin embargo, además de la salud, existen otros factores clave que influyen en la percepción de los consumidores estadounidenses sobre el valor de un alimento: disfrute, conveniencia y responsabilidad social. La buena noticia es que el aceite de oliva también cumple todos estos requisitos.

Disfrute y falsos mitos

Cuando se trata de disfrutar, la riqueza y la diversidad de sabores del aceite de oliva virgen extra es muy similar a la de los grandes vinos. ¿Qué otro aceite brinda al consumidor la oportunidad de descubrir y saborear diferentes variedades de los confines del mundo con una historia milenaria detrás? El viaje abarca visitar olivares y almazaras, participar en cursos de cata y festivales, aprender sobre maridajes en diferentes restaurantes y experimentar la alegría de regalar una gran botella de AOVE. ¡El aceite de oliva es realmente divertido!

Pero los consumidores también pueden aprender a valorar el aceite de oliva por sus factores de conveniencia. Es decir, por ahora a menos que un consumidor sea un fan del AOVE, tan sólo compra la cantidad de aceite que necesita. Con su amplia gama, el aceite de oliva puede satisfacer todas las necesidades de los consumidores y convertirse en el aceite de referencia para sus despensas. Esto significa demostrar al consumidor la versatilidad de este producto en la cocina y que elimine de su mente el recurrente falso mito que circula en EEUU de que el AOVE sólo se debe emplear en crudo, no cocinar con él.

Es importante enseñar a los consumidores que el virgen extra sirve tanto para cocinar, como condimento o salsa

¿Un ingrediente que realza y aporta infinitos sabores a cada plato, reduciendo incluso la necesidad de añadir sal? ¡El aceite de oliva virgen extra es la respuesta! Por otro lado, si prefiere un sabor

**Somos conscientes del valor de las materias primas
Aprovechando al máximo los recursos, sin desperdiciar recursos.**



más suave, el aceite de oliva sigue siendo una buena opción. También es importante enseñar a los consumidores que el virgen extra sirve tanto para cocinar, como condimento o salsa. Comodidad y sencillez en una sola botella.

Finalmente, mediante la educación, los consumidores aprenderán a valorar el aceite de oliva también como la opción socialmente responsable. Cuando se trata de sostenibilidad, una vez más, podría decirse que el aceite de oliva no igual que el resto de los aceites. Solo el aceite de oliva se elabora a partir del cultivo permanente y sumidero de carbono más grande del mundo.

Además, el aceite de oliva debe entenderse como un producto saludable desde todos los puntos de visto, ya que se produce mecánicamente sin el uso de disolventes químicos. Si bien el virgen extra es el más natural, incluso el aceite de oliva refinado está mucho menos procesado que las otras grasas de la competencia que se extraen con solventes. El hecho de que el aceite de oliva refinado contenga muchas menos grasas trans que otros de la competencia, debido a un tratamiento térmico más suave, puede ser otro mensaje saludable importante.

Una vez conocidas las características saludables, de disfrute, conveniencia y responsabilidad social del aceite de oliva, la percepción del consumidor estadounidense sobre el valor de este producto aumentará y conllevará a un mayor crecimiento de las ventas. Sin embargo, llegar a los consumidores con estos mensajes será costoso y la industria debe unirse para hacerlo. Por ello, en 2022 la NAOOA tiene intención de solicitar al Gobierno de EEUU la creación de una Junta Nacional del Aceite de Oliva, similar a las organizaciones interprofesionales de España y otros países.

Dado que solo el 43% de los hogares estadounidenses compraron aceite de oliva en 2020, el potencial alcista para el crecimiento del consumo es enorme. La financiación de una Junta Nacional del Aceite de Oliva facilitaría la educación del consumidor y permitiría a la industria mejorar la relación valor-precio que fue tan eficaz durante la pandemia. De esta manera, al aumentar el valor percibido del aceite de oliva, no hay duda de que la industria alcanzará todo su potencial.

Fuente: [Mercacei](#)

La UJA impartirá en Máster propio en Administración y dirección de empresas oleícolas

La Universidad de Jaén (UJA) inicia en febrero un Máster propio en Administración y dirección de empresas oleícolas, para dar respuesta a las necesidades formativas existentes en el conjunto del sistema



agroalimentario oleícola mundial, desde las 1.830 almazaras localizadas en España hasta los restantes 65 países que actualmente producen aceite de oliva.

El máster, que se iniciará el 18 de febrero y finalizará el 24 de septiembre, está dirigido por los catedráticos de Organización de Empresas de la UJA, María Jesús Hernández y Manuel Carlos Vallejo Martos, por del consultor estratégico y profesor en excedencia de la UJA Juan Vilar.

El Máster ha sido diseñado para dotar al alumno de la visión global y profunda de la administración y dirección de empresas dentro del sector oleícola, y de un dominio teórico y práctico de las herramientas, métodos y técnicas necesarias para operar en el entorno altamente competitivo de estas empresas, dentro de un contexto internacional.

Juan Vilar indica que esta iniciativa formativa puede ser catalogada como estratégica y ambiciosa por dos razones fundamentales. “La primera, por ser el único programa académico de posgrado de esta índole existente desde el punto de vista internacional, y la segunda por la calidad del profesorado, los profesores universitarios encargados de los contenidos más teóricos están especializados en las diversas disciplinas de administración de empresas, y los profesores de las master class lecturer, provienen del sector, y son especialmente representativos por su valía, experiencia, reconocimiento, prestigio, e institución en el seno en la cual llevan a cabo su actividad”, dice.

Este máster propio está organizado por la UJA, en colaboración con: BALAM Agriculture, Agronillora, New Holland Agriculture, GEA, Syngenta y Juan Vilar Consultores Estratégicos.

Fuente: [Diario Digital UJA](#)

Olive Oil Delicatessen Awards 2022. Convocatoria del concurso que premia los mejores productos elaborados con aceite de oliva

Está abierta la convocatoria de Olive Oil Delicatessen Awards 2022, el concurso que premia los mejores productos elaborados con aceite de oliva que tendrá lugar en el marco del WOOE (World Olive Oil Exhibition) y aquí podéis acceder al reglamento, conocer las categorías establecidas, entre otra información.



El próximo mes de marzo se va a celebrar la novena edición de la feria World Olive Oil Exhibition en Madrid. WOOE es una cita profesional dedicada al negocio, al conocimiento y a la sostenibilidad, como definen sus impulsores, y añaden que es la mayor feria monográfica del mundo dedicada al aceite de oliva, con la mejor representación del sector oleícola que da pie a que los países productores del oro líquido abran nuevos mercados y consoliden su negocio.

Si os parece, próximamente detallaremos la información sobre este salón monográfico, como hemos hecho en ediciones anteriores, pero ahora queremos que conozcáis la celebración de un certamen que os puede interesar. Se trata del concurso Olive Oil Delicatessen Awards, que este año celebra su cuarta edición y que está dirigido a las empresas que utilizan el aceite de oliva en sus elaboraciones, por lo que su objetivo es reconocer los mejores productos elaborados con aceite de oliva.

La convocatoria de Olive Oil Delicatessen Awards 2022 está abierta hasta el 11 de febrero, para participar es necesario enviar un dossier informativo y el producto, tal y como se especifica en el reglamento. En cuanto a la resolución del concurso, no se ha concretado cuándo se dará a conocer, sólo que será en el marco del World Olive Oil Exhibition 2022, que se celebrará en Ifema (Madrid) los días 8 y 9 de marzo, y donde se habilitará un área para la exposición de los ganadores de Delicatessen with Olive Oil 2022.

Este concurso contempla cuatro categorías, dos accésits y la posible mención especial a la innovación a un producto elaborado con aceite de oliva, aceituna o vinculación a cualquier producto del olivo (como hoja, raíz, resina, etc.) siempre que sea de carácter alimentario. A continuación os transcribimos las características que se deben cumplir para participar en cada categoría del Delicatessen with Olive Oil.

- **Aceite de oliva como ingrediente principal**

Productos que utilicen aceites de oliva en cualquiera de sus categorías como ingrediente principal del producto, formando parte final del mismo.

- **Aceite de oliva como ingrediente mejorante**

Productos que utilicen, dentro del proceso de elaboración, aceites de oliva en cualquiera de sus categorías.

- **Aceite de oliva como elemento de conservación**

Productos que utilicen como elemento de conservación u entorno alimentario aceites de oliva en cualquiera de sus categorías.

- **Cosméticos y productos de belleza**

Productos no alimenticios que utilicen como ingrediente aceites de oliva en cualquiera de sus categorías

Pues bien, si queréis acceder al reglamento del concurso de productos delicatessen con aceite de oliva, podéis entrar en la página del salón WOOE o [pulsar aquí](#), encontraréis todos los detalles sobre lo que debe incluir el dossier de inscripción y dónde remitirlo junto a las muestras.

The banner is divided into four sections:

- ANÁLISIS DE ACEITE DE OLIVA**: Con acreditación ENAC y reconocimiento del COI. Image of olive oil being poured.
- ANÁLISIS DE ACEITUNA**: Único laboratorio con acreditación ENAC para la técnica NIR. Image of olives.
- ANÁLISIS AGRONÓMICOS**: Suelos: Caracterización y fertilidad. Hojas: Diagnóstico nutricional. Aguas: Aptitud para el riego. Image of an olive grove.
- OLIVARUM**: LABORATORIO CENTRO DE ASESORAMIENTO TÉCNICO AGRARIO. Includes logos for ENAC, EMAC, and COI. Text: Laboratorio reconocido por el Consejo Oleoalimentario (COO) para el análisis físico-químico de aceites de oliva y aceites de orujo (Tipo ABC) (para período vigente).

También os gustará saber que, dado que la última edición de este concurso no se pudo celebrar como correspondía, este año se entregarán los premios de la convocatoria de 2020, en la que participaron 70 productos. Bajo estas líneas podéis ver qué productos resultaron ganadores en cada categoría.

Categoría Aceite de oliva como ingrediente principal

- Primer premio: Healthy Food Iberia, por Verdeo
- Segundo premio: Tierra Inquieta, por Olivamole.
- Accésit: La Boquera y Pastelería Larramendi, por Magdalenas con AOVE

Categoría Aceite de oliva como ingrediente mejorante

- Primer premio: Patatas Fritas Santo Reino, por Ecopapas
- Segundo premio: La Montaña Aliños, por Happy Mustard Sauce.
- Segundo premio: S.C.A. San Felipe Apóstol y Turrónes Los Baezanos, por Almendras garrapiñadas con AOVE premium Balcón del Guadalquivir.

Categoría Aceite de Oliva como elemento de conservación

- Primer premio: Panificadoras Las Mercedes, por Pan de agua de oliva.
- Segundo premio: Codesa, por Anchoas en AOVE «serie limitada».
- Accésit: Oil&Jamón, por Queso en aceite al jamón.
- Premio especial a la Innovación: ex aequo: Agrotechbiomed, por Ferdutti.

Categoría Cosméticos y productos de belleza

- Primer premio ex aequo: Agrobiotemed, por Veraison for men.
- Primer premio ex aequo: García de la Cruz, por Olea crema de manos.
- Segundo premio: Ecolium, por Exfoliante facial y corporal, con hueso de aceituna y aceite esencial de limón.
- Accésit: Cosmética Pedroches, por Jabón de café y canela.
- Accésit: Olivar de Castro, por Crema bio de aceite de oliva

Fuente: [Gastronomía y cia](#)



LABORATORIO unaproliva

LABORATORIOS UNAPROLIVA SOCIEDAD ANONIMA
NIF/CIF A-23319619
Domicilio: Pol.Ind.Los Olivares C/Mancha Real Parc 38 23009 JAEN
Telefono 953 240 530 Movil 601 430 255
Correo Electronico: Lab@laboratoriounaproliva.com
www.laboratoriounaproliva.com

Especializados en el análisis físico químico y organoléptico del Aceite de Oliva

NUESTRO COMPROMISO EFICACIA Y RAPIDEZ